

KONSTRUKSI MEDIA, MULTIKULTURALISME, DAN EKSISTENSI UNDANG –UNDANG PENYIARAN DI INDONESIA

Agus Maladi Irianto

Pemerhati antropologi media dan staf pengajar Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang

Abstract

Media has developed not only to represent knowledge, idea and point of view which then it develops a solid structure as well as in the stable society where there is no conflict of interest. The recent media has build a social reality from an industry that is presented to a community which is dynamic, contemporer and constantly changing. The sibbholeth of "Bhineka Tunggal lka" today is no longer about the ethnic and the cultural diversity but it is about the cultural diversity that exists in Indonesian society. The main reference for the establishment of Indonesia's multicultural society is multiculturalism, an ideology that recognizes and exalts the difference in the equality of both individually and culturally. The presence of media - in line with the multiculturalism spirit – should be the adhesive of some separate identities (importances). It has to be admitted that the national integration, which is constructed by the media (especially by television) has created the interest uniformity that no longer relevant with the spirit of global democracy and multiculturalism. The condition occured because the Broadcasting Act (UU Penyiaran No. 32/2002) that control the presence of the television industry in Indonesia is not functioning properly and it is violated by the Indonesian television worker. The Broadcasting Act is not functioning properly because the authority holder of the broadcasting act in Indonesia is in weak position.

Keywords: Media, contemporary society, the regulation of broadcasting, and multiculturalism

Abstrak

Media telah dikembangkan tidak hanya untuk mewakili pengetahuan, ide dan sudut pandang yang kemudian mengembangkan struktur yang solid serta masyarakat yang stabil di mana tidak ada konflik kepentingan. Media baru-baru ini telah membangun suatu realitas sosial dari industri yang disajikan kepada sebuah komunitas yang dinamis, kontemporer dan terus berubah. Pembahasan "Bhineka Tunggal lka" tidak lagi tentang etnis dan keragaman budaya, tetapi itu adalah tentang keragaman budaya yang ada dalam masyarakat Indonesia. Referensi utama untuk pembentukan masyarakat multikultural Indonesia adalah multikulturalisme, sebuah ideologi yang mengakui dan mengagungkan perbedaan dalam kesetaraan baik secara individual maupun kultural. Kehadiran media - sejalan dengan semangat multikulturalisme - harus menjadi perekat dari beberapa identitas terpisah (importances). Harus diakui bahwa integrasi nasional, yang dibangun oleh media (terutama oleh televisi) telah menciptakan keseragaman bunga yang tidak relevan lagi dengan semangat demokrasi global dan multikulturalisme. Kondisi ini terjadi karena UU Penyiaran (UU Penyiaran No 32/2002) yang mengontrol kehadiran industri televisi di Indonesia tidak berfungsi dengan baik dan ini dilanggar oleh pekerja televisi Indonesia. UU Penyiaran tidak berfungsi dengan baik karena pemegang otoritas tindakan penyiaran di Indonesia berada dalam posisi lemah.

Kata kunci: Media, masyarakat kontemporer, regulasi penyiaran, dan multikulturalisme

Perubahan cepat dalam teknologi informasi saat ini telah mengubah kebudayaan sebagian besar masyarakat dunia, terutama yang tinggal di perkotaan dan pedesaan. Masyarakat di seluruh dunia telah mampu melakukan transaksi ekonomi dan memperoleh informasi dalam waktu singkat berkat teknologi satelit dan komputer. Kita sekarang masuk dalam ikatan kebudayaan global.

Corak kebudayaan global telah memerdekakan dan membebaskan manusia. Perubahan kebudayaan lokal dan sosial akibat revolusi informasi ini tidak dapat dielakkan. Masyarakat perkotaan yang memiliki akses terhadap informasi merupakan kelompok masyarakat yang langsung terkena pengaruh kebudayaan global. Masyarakat perkotaan dipengaruhi terutama melalui reproduksi narasi yang dilakukan oleh media massa secara cepat. Media memberi kontribusi yang cukup besar dalam mengkonstruksi realitas tersebut. Dan, konstruksi tersebut tidak selamanya bertahan. Dalam waktu yang berubah secara cepat, media juga tak jarang kemudian mendekonstruksi, dan merekonstruksi realitas.

Gambaran tersebut terjadi di banyak masyarakat perkotaan Indonesia. Kebudayaan dalam hal ini tidak sekadar disikapi sebagai keseluruhan pola perilaku dan pemikiran kelompok sosial masyarakat secara mapan. Kebudayaan bukan dipandang sebagai suatu realitas kebendaan yang selalu tetap, tetapi ia telah membentuk realitas yang selalu diproduksi dan direproduksi secara terus menerus terhadap suatu kelompok sosial masyarakat. Di sinilah media menjadi semacam arena dari sebuah konstruksi, dekonstruksi, dan rekonstruksi kebudayaan. Yang kemudian melahirkan identitas-identitas baru.

Dari aspek waktu, identitas bukanlah suatu wujud yang sudah ada sejak semula dan tetap bertahan dalam suatu esensi yang abadi. Sedangkan dilihat dari aspek ruang, ia juga bukan hanya satu atau tunggal, tetapi terdiri dari berbagai lapisan identitas. Lapis-lapis identitas itu tergantung pada peran-peran yang dijalankan, keadaan objektif yang dihadapi, serta ditentukan pula dari cara menyikapi keadaan dan peran tersebut.

Identitas bukanlah suatu yang selesai dan final, tetapi merupakan suatu kondisi yang selalu disesuaikan kembali, sifat yang selalu diperbaharui, dan keadaan yang dinegosiasi terus-menerus,

sehingga wujudnya akan selalu tergantung dari proses yang membentuknya. Identitas pada saat ini menjadi semakin baur dengan kepentingan-kepentingan yang justru lebih mengemuka. Pluralitas pada perkembangan saat ini tidak lagi hanya dibatasi pada perbedaan etnis, profesi, latar belakang pendidikan, serta asal usul daerah. Pluralitas pada perkembangan saat ini justru lebih menunjuk pada persoalan kepentingan-kepentingan. Seseorang bisa berbeda dengan orang lain, bukan lantaran dia berasal dari etnis yang berbeda, profesi yang berbeda, latar belakang pendidikan yang berbeda, bahkan asal usul daerah yang berbeda, namun berangkat dari kesamaan kepentingan masing-masing orang kemudian menyatukan identitas tersebut.

Konstruksi Media

Kepentingan-kepentingan yang paling nyata pada perkembangan saat ini, dapat diperhatikan pada interaksi dan negosiasi antar-individu yang dikonstruksi media massa – terutama industri penyiaran televisi. Keberadaan televisi nyaris menyergap kita sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Dan, sejalan itu pula televisi telah membentuk kebudayaan massa yang serba cepat. Apalagi, setiap program tayangan televisi memuat strategi komunikasi agar mampu memelihara atau mengubah sikap atau pendapat sasaran demi kepentingan sumber pembuat strategi. Sehingga, dapat dikatakan bahwa televisi ini cenderung mengajak *audience*-nya agar patuh kepada pihak yang menguasai modal komunikasi, baik dalam konteks politik maupun ekonomi²

Bertolak dari kenyataan tersebut, dapat diyakini bahwa sajian acara televisi telah melibatkan sejumlah kepentingan. Bahkan, ia tidak saja semata-mata atas pemodal yang mempunyai jam siaran atau kepentingan negara yang berwenang melakukan regulasi siaran, tetapi juga melibatkan kepentingan sejumlah institusi lain. Sebut saja, rumah produksi, lembaga survei penonton, biro iklan, atau perusahaan yang ingin mempromosikan merek dagangannya. Bahkan, partai politik, ormas, organisasi keagamaan yang mengatasmakan mewakili *audience*, juga berkepentingan merespons program acara televisi tersebut. Untuk itulah, Fairclough (1995) menyebut proses tersajinya program acara televisi ini sebagai

2. Norman Fairclough, 1994, *Critical Discourse Analysis*, Longman Group Limited, New York, hlm. 5-10

"hegemonic struggle" (pertarungan hegemoni), sedangkan Fiske (1987) mengistilahkannya sebagai "an arena for struggle for meaning" (arena pertarungan makna), juga Littlejohn (1996) menyebutnya sebagai "a struggle among ideologies" (sebuah pertarungan di antara ideologi).³

Media penyiaran televisi pada dasarnya merupakan sumber pengetahuan populer bagi kita untuk saling berhubungan dalam wilayah yang tidak terbatas. Televisi menjadi bagian dari, "prakondisi dan konstruksi selektif pengetahuan sosial yang kita gunakan untuk mempersepsi 'realitas' kehidupan orang lain, dan secara imajiner mengkonstruksi hidup kita dan mereka menjadi semacam 'keseluruhan dunia' yang masuk akal bagi kita".⁴

Sajian acara televisi pada dasarnya mengakomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagai sajian acara televisi mampu memproduksi representasi realitas sosial, maka ia telah melibatkan interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku. Interaksi dan negosiasi itu, bekerja melalui tiga tahap, yakni, tahap pra-penayangan, penayangan, maupun pasca-penayangan. Pada tahap pra-penayangan misalnya, akan melibatkan rumah produksi, lalu tahap penayangan, akan melibatkan kepentingan sejumlah institusi lain seperti stasiun televisi, biro iklan, perusahaan pemasang iklan, serta kepentingan lembaga penentu survei penonton. Sedangkan pada tahap pasca-penayangan, juga akan melibatkan kepentingan sejumlah institusi dan individu. Bahkan pada tahap pasca-penayangan, sajian acara televisi juga akan mendapat reaksi dari sejumlah institusi, seperti partai politik, organisasi masyarakat, organisasi keagamaan, atau lainnya. Dari sinilah, proses tarik menarik kepentingan – baik politik, ekonomi, maupun kepentingan yang lain – di antara para pelaku tindakan yang memproduksi dan yang merespons sajian acara televisi akan terlihat. Proses tarik menarik kepentingan tersebut bisa berbentuk kerja sama atau bahkan berupa konflik.⁵

Tarik menarik kepentingan itulah yang membentuk politik informasi media televisi.

Katakanlah, ketika isi siaran televisi dikuasai pemegang ekonomi politik informasi (*political-economy of information*), maka informasi menjadi alat kepentingan para subjek pelaku media untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Para penguasa ekonomi ini kemudian berperan menjadi perumus realitas (*definer of reality*). Sebagai salah satu teks, tayangan televisi bukan hasil rangkaian realitas, melainkan representasi yang terseleksi dan terkonstruksi serta menjadi bagian yang turut membentuk realitas.⁶

Terseleksi dan terkonstruksinya realitas tersebut, ditentukan oleh pengetahuan dan tindakan para subjek pelaku tindakan yang terlibat dalam media. Di sisi lain, para pelaku media secara subjektif juga dapat mengubah kategori persepsi dan apresiasi yang mengendalikan berbagai pandangannya tentang realitas sosial melalui tayangan acara televisi tersebut.⁷

Apalagi, perkembangan media televisi saat ini sejalan dengan perkembangan sosial. Perkembangan sosial saat ini, pada dasarnya telah melampaui pemikiran modernitas (yang ditandai dengan munculnya industri barang dan jasa) menuju pemikiran pascamodernitas yang cenderung lebih diorganisasikan oleh seputar konsumsi budaya, permainan media massa, dan perkembangan teknologi informasi.⁸ Keberadaan media televisi di era pascamodernitas ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam menandai dinamika sosial dan ekonomi masyarakatnya, terutama dalam mengkonsumsi simbol-simbol dan gaya hidup daripada fungsi produksi barang yang menjadi ciri khas era industri. Konsumsi simbol-simbol, gaya hidup, dan dinamika masyarakat terjadi, karena televisi sebagai media telah melakukan konstruksi realitas sosial⁹. Bertolak dari argumentasi tersebut, maka informasi yang disajikan televisi – yang kemudian menghasilkan isi sajian media – lebih ditentukan oleh para para pengelola yang menguasai media penyiaran tersebut. Apalagi, isi sajian media televisi saat ini akan selalu terus menerus berproses dan mengalami perubahan sejalan dengan kepentingan para pelaku yang terlibat di dalamnya. Sehingga yang perlu didiskusikan dalam

3. Stephen W. Littlejohn, 1994, *Theories of Human Communication*, Wadworth Publishing Company, Belmont Communication, hlm. 11

4. Stuart Hml, 1978, "The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Times" dalam K. Thompson (ed.) *Media and Cultural Regulations*. Sage Publication, London, hlm. 140

5. Dennis McQuail, 2000, *McQuail's Mass Communication Theory*, Sage Publications, London hlm. 5-6

6. Chris Barker, 1999, *Television, Globalization and Cultural Identities*, Open University Press, Buckingham, Philadelphia, hlm 271-294

7. Peter Berger, dan Thomas Luckman, 1990, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan), Jakarta, LP3ES, hlm. 61

8. Yasraf Amir Piliang, 2004, *Posrealitas, Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*, Jalasutra, Bandung, hlm. 107-109

9. Peter Berger dan Thomas Luckman, 1990, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan), Jakarta, LP3ES, hlm. 200-201

hal ini, bukan semata-mata bagaimana isi sajian acara televisi mempengaruhi *audience*-nya, namun juga menyangkut praktik-praktik sosial sejumlah pelaku ketika mengakses dan menegosiasikan berbagai kepentingannya berkaitan dengan sajian acara televisi tersebut.

Diskusi tersebut dapat dilihat dari perbenturan dan tarik menarik antara aturan-aturan normatif dengan pragmatik, serta tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial¹⁰. Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari satu situasi ke situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut akan bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Dan, proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara para pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku.¹¹

Sementara menurut Bourdieu (1977), tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial merupakan kegiatan reflektif dan reproduktif¹². Ia merupakan habitus yang bekerja, baik antara relasi-relasi sosial yang objektif dan interpretasi-interpretasi subjektif, baik antara struktur kognitif (ide) dan realitas sosial (tindakan), maupun antara struktural maupun kultural. Sebab habitus, merupakan struktur subjektif – atau skema-skema interpretatif yang bekerja secara tersirat -- yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Para pelaku media telah menjadikan dirinya sebagai instrumen yang dapat mengkonstruksi suatu realitas. media memberikan kontribusi cukup banyak dalam pengkajian terhadap pengetahuan dan gagasan.

Dengan demikian, media memberi kontribusi proses perubahan dan pembentukan struktur pengetahuan yang baru. Melalui media, lahirlah

kelompok yang berdaya (para pemodal) untuk membentuk *mainstream* atau nilai-nilai yang sekaligus membentuk struktur budaya dominan. Dengan demikian, kekuatan kelompok partikular dapat menghasilkan *cultural transgression* berkat mitos-mitos bentukan mereka dan diekspresikan melalui media yang mereka miliki. Dengan senjata media pula, para partikular tersebut mampu mengkooptasi *the sacred* (ala Durkheimian). Sebagai contoh ketika terjadi gempa dan gelombang tsunami di Aceh dan Pulau Nias, Yogyakarta, atau sejumlah bencana yang lain, ternyata sebagian besar stasiun televisi televisi dalam waktu bersamaan masih menayangkan acara hiburan dengan bersukaria.

Dari contoh tersebut memperkuat argumentasi bahwa telah terjadi perbenturan tentang *the sacred* yang tereksresi melalui media. Media telah mendistorsi makna *the sacred* dan menciptakan makna baru. *The sacred* menjadi form untuk *content* baru produksi media.

Di sisi lain, setiap stasiun televisi dituntut memperhitungkan pengembalian setiap investasi yang ditanamnya. Sebagai sebuah industri, setiap stasiun televisi (swasta) dalam rangka mempertahankan eksistensinya tidak bisa menafikan kepentingan ekonomi. Determinasi ekonomi inilah, kemudian menjadi motivasi utama pengusaha siaran televisi untuk melakukan ekspansi usaha demi mengembalikan investasi yang mereka tanam. Pengembalian investasi yang paling nyata, ditandai dengan sejumlah tindakan pengelola stasiun merayu pemasang iklan agar menjadi sponsor sejumlah sajian acara yang ditayangkan, baik berupa hiburan maupun informasi¹³. Diharapkan setiap siaran yang ditayangkan mampu "merayu" pemasang iklan. Untuk itulah, tuntutan pemasang iklan dijadikan prioritas utama setiap stasiun televisi dalam menyusun setiap isi siarannya. Artinya, sajian acara televisi dirancang bukan bertolak dari nilai kegunaan bagi *audience*, tetapi bagaimana *audience* terpengaruh dengan isi siaran yang diinginkan para pemasang iklan televisi.¹⁴

Dalam mengembangkan strategi dan kepentingannya, terbentuklah identitas-identitas yang kemudian diposisikan menjadi para pelaku media.

10. Agus Maladi Irianto, 2008, *Kebudayaan Populer: Dari Televisi Hingga Cara Orang Menyikat Gigi*, Semarang, Lengkongcilik Press, hlm. 15-20

11. Erving Goffman, 1974, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, London, Harper & Row Publishers, hlm. 247-300

12. P Bourdieu, 1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press, hlm. 2

13. John Fiske, 1987, *Television Culture*, London, Routledge, hlm. 8-9

14. Jean Baudrillard, 1998, *The Consumer Society*, London, Sage Publication, hlm.5-6

Posisi para pelaku pada dasarnya telah ditentukan oleh suatu struktur atau bentuk pengorganisasian demi kepentingan media itu sendiri.

Berdasarkan sejumlah argumentasi tersebut, lalu apa relevansinya dengan diskusi tentang keberadaan media dengan isu multikulturalisme?

Filosofi Multikulturalisme

Multikulturalisme adalah sebuah filosofi yang menghendaki adanya persatuan dari berbagai kelompok kebudayaan dengan hak dan status sosial politik yang sama dalam masyarakat modern. Istilah multikultural sering digunakan untuk menggambarkan kesatuan berbagai etnis masyarakat yang berbeda dalam suatu negara. Multikulturalisme bertentangan dengan monokulturalisme dan asimilasi yang telah menjadi norma dalam paradigma negara-bangsa (*nation-state*) sejak awal abad ke-19. Monokulturalisme menghendaki adanya kesatuan budaya secara normatif (istilah 'monokultural' juga dapat digunakan untuk menggambarkan homogenitas yang belum terwujud (*pre-existing homogeneity*)). Sementara itu, asimilasi adalah timbulnya keinginan untuk bersatu antara dua atau lebih kebudayaan yang berbeda dengan cara mengurangi perbedaan-perbedaan sehingga tercipta sebuah kebudayaan baru (lihat <http://id.wikipedia.org/wiki/Multikulturalisme>).¹⁵

Multikulturalisme mulai dijadikan kebijakan resmi di negara berbahasa-Inggris (*English-speaking countries*), yang dimulai di Kanada pada tahun 1971. Kebijakan ini kemudian diadopsi oleh sebagian besar anggota Uni Eropa, sebagai kebijakan resmi, dan sebagai konsensus sosial di antara elit. Namun beberapa tahun belakangan, sejumlah negara Eropa, terutama Belanda dan Denmark, mulai mengubah kebijakan mereka ke arah kebijakan monokulturalisme. Perubahan kebijakan tersebut juga mulai menjadi subyek debat di Britania Raya dan Jerman, dan beberapa negara lainnya.

Akan tetapi, harus disadari bahwa akar kata multikulturalisme adalah kebudayaan, yaitu kebudayaan yang dilihat dari fungsinya sebagai pedoman bagi kehidupan manusia. Dalam konteks pembangunan bangsa, istilah multikultural ini telah

multikulturalisme. Konsep multikulturalisme tidaklah dapat disamakan dengan konsep keanekaragaman sukubangsa atau kebudayaan sukubangsa yang menjadi ciri masyarakat majemuk, karena multikulturalisme menekankan keanekaragaman kebudayaan dalam kesederajatan. Ulasan mengenai multikulturalisme mau tidak mau akan mengulas berbagai permasalahan yang mendukung ideologi ini, yaitu politik dan demokrasi, keadilan dan penegakan hukum, kesempatan kerja dan berusaha, HAM, hak budaya komuniti dan golongan minoritas, serta prinsip-prinsip etika dan moral.

Kalau kita melihat apa yang terjadi di Amerika Serikat dan di negara-negara Eropah Barat sampai dengan Perang Dunia ke-2, masyarakat-masyarakat tersebut hanya mengenal adanya satu kebudayaan, yaitu kebudayaan kulit putih yang Kristen. Golongan-golongan lainnya yang ada dalam masyarakat-masyarakat tersebut dikategorikan sebagai minoritas dengan segala hak-hak mereka yang dibatasi atau dikebiri. Di Amerika Serikat, berbagai gejala untuk persamaan hak bagi golongan minoritas dan kulit hitam serta kulit berwarna mulai muncul di akhir tahun 1950-an. Puncaknya adalah pada tahun 1960-an dengan dilarangnya perlakuan diskriminasi oleh orang kulit putih terhadap orang kulit hitam dan berwarna di tempat-tempat umum, perjuangan hak-hak sipil, dan dilanjutkannya perjuangan hak-hak sipil ini secara lebih efektif melalui berbagai kegiatan *affirmative action*. Kegiatan ini membantu mereka yang terpuruk dan minoritas, untuk dapat mengejar ketinggalannya dari golongan kulit putih yang dominan di berbagai posisi dan jabatan dalam beragam bidang pekerjaan dan usaha.¹⁶

Di tahun 1970-an, upaya-upaya untuk mencapai kesederajatan dalam perbedaan mengalami berbagai hambatan, karena corak kebudayaan kulit putih yang Protestan dan dominan itu berbeda dari corak kebudayaan orang kulit hitam, orang Indian, atau pribumi Amerika, dan berbagai kebudayaan bangsa dan sukubangsa yang tergolong minoritas sebagaimana dikemukakan oleh Nieto¹⁷, dan tulisan-tulisan yang disunting oleh Reed¹⁸. Yang dilakukan oleh para cendekiawan dan pejabat pemerintah yang pro demokrasi dan HAM, dan yang anti rasisme dan

15. <http://id.wikipedia.org/wiki/Multikulturalisme>

16. P. Suparlan, 2001, *Membangun Kembali "Indonesia yang Bhinneka Tunggal Ika": Menuju Masyarakat Multikultural*, dalam Simposium Internasional Jurnal Antropologi Indonesia ke-3: Universitas Udayana, Denpasar, Bali, 16-19 Juli 2002

17. S. Nieto, 1992, *Affirming Diversity: The Sociopolitical Context of Multicultural Education*. New York, Longman, hlm. 4-12.

18. I. Reed, 1996 (Penyunting), *MultiAmerica: Essays on Culture Wars and Peace*, Pinguin, hlm. 5-11

multikulturalisme dalam bentuk pengajaran dan pendidikan di sekolah-sekolah di tahun 1970-an. Bahkan, dewasa ini anak-anak Cina, Meksiko, dan berbagai golongan sukubangsa lainnya dapat belajar di sekolah dengan menggunakan bahasa ibunya sampai tahap-tahap tertentu. Gejala tersebut adalah produk dari serangkaian proses-proses pendidikan multikulturalisme yang dilakukan sejak tahun 1970-an.

Acuan utama bagi terwujudnya masyarakat Indonesia yang multikultural adalah multikulturalisme, yaitu sebuah ideologi yang mengakui dan mengagungkan perbedaan dalam kesederajatan, baik secara individual maupun secara kebudayaan. Dalam model multikulturalisme ini, sebuah masyarakat (termasuk juga masyarakat bangsa seperti Indonesia) dilihat mempunyai sebuah kebudayaan yang berlaku umum dalam masyarakat tersebut yang coraknya seperti sebuah mosaik. Di dalam mosaik tercakup semua kebudayaan dari masyarakat-masyarakat lebih kecil yang membentuk terwujudnya masyarakat yang lebih besar, yang mempunyai kebudayaan seperti sebuah mosaik tersebut.¹⁹

Masyarakat majemuk terbentuk dari dipersatukannya masyarakat-masyarakat suku bangsa oleh sistem nasional, yang biasanya dilakukan secara paksa (*by force*) menjadi sebuah bangsa dalam wadah negara. Dalam masyarakat majemuk dengan demikian ada perbedaan-perbedaan sosial, budaya, dan politik yang dikukuhkan sebagai hukum ataupun sebagai konvensi sosial yang membedakan mereka yang tergolong sebagai dominan yang menjadi lawan dari yang minoritas. Menurut Suparlan (2004), kelompok minoritas adalah orang-orang yang karena ciri-ciri fisik tubuh atau asal-usul keturunannya atau kebudayaannya dipisahkan dari orang-orang lainnya dan diperlakukan secara tidak sederajat dalam masyarakat dimana mereka itu hidup.²⁰

Keberadaan kelompok minoritas selalu dalam kaitan dan pertentangannya dengan kelompok dominan, yaitu mereka yang menikmati status sosial tinggi dan sejumlah keistimewaan yang banyak. Mereka ini mengembangkan seperangkat prasangka terhadap golongan minoritas yang ada dalam

masyarakatnya. Prasangka ini berkembang berdasarkan pada adanya (1) perasaan superioritas pada mereka yang tergolong dominan; (2) sebuah perasaan yang secara intrinsik ada dalam keyakinan mereka bahwa golongan minoritas yang rendah derajatnya itu adalah berbeda dari mereka dan tergolong sebagai orang asing; (3) adanya klaim pada golongan dominan bahwa sebagai akses sumber daya yang ada adalah merupakan hak mereka, dan disertai adanya ketakutan bahwa mereka yang tergolong minoritas dan rendah derajatnya itu akan mengambil sumberdaya-sumberdaya tersebut.

Keberadaan dan kehidupan minoritas yang dilihat dalam pertentangannya dengan dominan, adalah sebuah pendekatan untuk melihat minoritas dengan segala keterbatasannya dan dengan diskriminasi dan perlakuan yang tidak adil dari mereka yang tergolong dominan. Dalam perspektif ini, dominan-minoritas dilihat sebagai hubungan kekuatan. Kekuatan yang terwujud dalam struktur-struktur hubungan kekuatan, baik pada tingkat nasional maupun pada tingkat-tingkat lokal. Bila kita melihat minoritas dalam kaitan atau pertentangannya dengan mayoritas maka yang akan dihasilkan adalah hubungan mereka yang populasinya besar (mayoritas) dan yang populasinya kecil (minoritas). Perspektif ini tidak akan dapat memahami mengapa golongan minoritas didiskriminasi. Karena besar populasinya belum tentu besar kekuatannya.

Faktor lain, yang turut menyebabkan mandulnya berkembangnya pemikiran multikultural pada tingkat praksis disebabkan masih dominannya wacana "toleransi" dalam menyikapi realitas multikultural tersebut. Penghargaan atas yang lain sebagaimana dibayangkan dalam "toleransi" memang dibutuhkan. Namun, toleransi seringkali terjebak pada ego-sentrisme. Ego-sentrisme di sini adalah sikap "saya mentoleransi yang lain demi saya sendiri". Artinya, setiap perbedaan mengakui perbedaan lain demi menguatkan dan mengawetkan perbedaannya sendiri ("*I am what I am not*"). Yang terjadi kemudian adalah ko-eksistensi bukannya pro-eksistensi yang menuntut kreativitas dari tiap individu yang berbeda untuk merajut tali-temali kebersamaan. Tak aneh kalau kemudian yang muncul bukannya situasi rukun

19. B. Fay, 1996, *Contemporary Philosophy of Social Science: A Multicultural Approach*, Blackwell, Oxford, hlm. 7-15

D. Jary dan J. Jary, 1990, 'Multiculturalism', *Dictionary of Sociology*, Harper, New York, hlm. 319.

20. P. Suparlan, 2001, 'Membangun Kembali "Indonesia yang Bhinneka Tunggal Ika": Menuju Masyarakat Multikultural', dalam Simposium Internasional Jurnal Antropologi Indonesia ke-3: Universitas Udayana, Denpasar, Bali, 16-19 Juli 2002

malah situasi acuh tak acuh (*indifference*).

Untuk itu, perlu kiranya mengubah masyarakat majemuk (*plural society*) menjadi masyarakat multikultural (*multicultural society*), dengan cara mengadopsi ideologi multikulturalisme sebagai pedoman hidup dan sebagai keyakinan bangsa Indonesia untuk diaplikasikan dalam kehidupan bangsa Indonesia. Multikulturalisme adalah sebuah ideologi yang menekankan pengakuan dan penghargaan pada kesederajatan perbedaan kebudayaan. Ideologi multikulturalisme ini secara bergandengan tangan saling mendukung dengan proses-proses demokratisasi, yang pada dasarnya adalah kesederajatan pelaku secara individual (HAM) dalam berhadapan dengan kekuasaan dan komunitas atau masyarakat setempat.

Sehingga upaya penyebarluasan dan pemantapan serta penerapan ideologi multikulturalisme dalam masyarakat Indonesia yang majemuk ini, mau tidak mau harus bergandengan tangan dengan upaya penyebaran dan pemantapan ideologi demokrasi dan kebangsaan atau kewarganegaraan dalam porsi yang seimbang. Sehingga setiap orang Indonesia nantinya, akan mempunyai kesadaran tanggung jawab sebagai orang warga negara Indonesia, sebagai warga sukubangsa dan kebudayaannya, tergolong sebagai gender tertentu, dan tergolong sebagai umur tertentu yang tidak akan berlaku sewenang-wenang terhadap orang atau kelompok yang tergolong lain dari dirinya sendiri dan akan mampu untuk secara logika menolak diskriminasi dan perlakuan sewenang-wenang oleh kelompok atau masyarakat yang dominan. Perjuangan anti-diskriminasi dan perjuangan hak-hak hidup dalam kesederajatan dari minoritas adalah perjuangan politik, dan perjuangan politik adalah perjuangan kekuatan.

Mengingat pentingnya pemahaman multikulturalisme dalam pembangunan bangsa, maka diperlukan upaya-upaya konkrit untuk mewujudkannya. Kita perlu menyebarluaskan pemahaman dan mendidik masyarakat akan pentingnya multikulturalisme bagi kehidupan manusia. Dengan kata lain, kita memerlukan pendidikan multikulturalisme yang dapat mengantarkan bangsa Indonesia mencapai keadilan, kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Pendidikan multikulturalisme meniscayakan adanya dialog kebudayaan sehingga di antara keragaman kebudayaan yang ada tidak akan terjadi benturan,

apalagi menjadi sumber konflik.

Pendidikan multikulturalisme sebagaimana dijelaskan di atas memerlukan pengenalan terhadap beragam kebudayaan yang dimiliki oleh umat manusia dari beragam suku bangsa, ras atau etnis, dan agama. Pendidikan multikultural, menurut Khoirul Mustaqa dalam <http://www.scripp.ohiou.edu/news/cmdd/artikel-ps.htm>, menyangkut empat hal²¹. *Pertama*, pendidikan multikultural menolak pandangan yang menyamakan pendidikan (*education*) dengan persekolahan (*schooling*) atau pendidikan multikultural dengan program-program sekolah formal. Pandangan yang lebih luas mengenai pendidikan sebagai transmisi kebudayaan juga bermaksud membebaskan pendidik dari asumsi bahwa tanggung jawab primer dalam mengembangkan kompetensi kebudayaan semata-mata berada di tangan mereka melainkan tanggung jawab semua pihak. *Kedua*, pendidikan ini juga menolak pandangan yang menyamakan kebudayaan dengan kelompok etnik. Hal ini dikarenakan seringnya para pendidik, secara tradisional, mengasosiasikan kebudayaan hanya dengan kelompok-kelompok sosial yang relatif *self sufficient*. Oleh karena individu-individu memiliki berbagai tingkat kompetensi dalam berbagai dialek atau bahasa, dan berbagai pemahaman mengenai situasi-situasi di mana setiap pemahaman tersebut sesuai, maka individu-individu memiliki berbagai tingkat kompetensi dalam sejumlah kebudayaan. Dalam konteks ini, pendidikan multikultural akan melenyapkan kecenderungan memandang individu secara stereotip menurut identitas etnik mereka. *Ketiga*, pendidikan multikultural meningkatkan kompetensi dalam beberapa kebudayaan. Kebudayaan mana yang akan diadopsi seseorang pada suatu waktu ditentukan oleh situasinya. Meski jelas berkaitan, harus dibedakan secara konseptual antara identitas-identitas yang disandang individu dan identitas sosial primer dalam kelompok etnik tertentu. *Keempat*, kemungkinan bahwa pendidikan meningkatkan kesadaran mengenai kompetensi dalam beberapa kebudayaan akan menjauhkan kita dari konsep dwi-budaya (*bicultural*) atau dikotomi antara pribumi dan non-pribumi. Sebab, dikotomi semacam ini bersifat membatasi kebebasan individu untuk sepenuhnya mengekspresikan diversitas kebudayaan.

Sebagai sebuah ideologi, multikulturalisme terserap dalam berbagai interaksi yang ada dalam berbagai struktur kegiatan kehidupan manusia yang

tercakup dalam kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan berbagai kegiatan lainnya dalam masyarakat yang bersangkutan.

Eksistensi Media dan Kelemahan Regulasi Penyiaran

Acara tayangan televisi telah menjadi bagian dari refleksi kehidupan sehari-hari. Ia menjadi model dari sebuah habitus yang berperan aktif dalam ranah sosial. Ia telah menjadi fenomena komunikasi yang tidak bisa dilepaskan dari karakteristik individu-individu yang kemudian menjadi objek dan subjeknya. Bahkan, tanpa sadar ia telah membangun hubungan-hubungan sosial melalui interaksi sosial dalam konteks politik, ekonomi, dan kultural. Ruang dan waktu tak lagi menjadi pembatas dan kendala terjadinya perubahan. Teknologi komunikasi itu seolah menelusup dari ruang publik ke setiap individu hingga ruang-ruang privasi.

Pesawat televisi telah menjadi "totem" yang selalu ada di mana-mana. Di rumah-rumah reot tanpa WC dan kamar mandi, di kios-kios rokok, warung-warung kopi, hingga di sejumlah perumahan, pesawat televisi merupakan "berhala" yang selalu menghiasi ruang-ruang tersebut. Dari sinilah lahir kebudayaan massa yang cepat dan penuh perubahan. Di tengah kebudayaan massa yang serba cepat itulah sejumlah ekspresi tentang nilai, pengetahuan, norma, dan simbol, menandai dinamika masyarakat kita. Televisi, kini tak lagi sekadar media komunikasi yang melahirkan dan membangun hubungan sosial secara harmonis. Ia bisa jadi justru mendorong penghacuran hubungan sosial tersebut. Apalagi media -- semacam televisi— merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan strategi yang kemudian melahirkan propaganda kekuatan politik, ekonomi, bahkan misi keagamaan.²²

Di samping itu, jika televisi kita tempatkan sebagai media strategi komunikasi, maka ia mempunyai tujuan memelihara atau mengubah sikap atau pendapat sasaran demi kepentingan sumber pembuat strategi. Atau sebaliknya, ia justru menjadi alat pembangkang terhadap sistem yang sudah mapan, tetapi diharapkan berubah patuh terhadap sistem yang lain. Media komunikasi juga mempunyai dimensi sebagai pembebasan yang mampu

menumbuhkan ruang otonomi dan independensi khalayak dalam menghayati makna suatu wacana. Artinya, televisi sebagai media komunikasi mempunyai nilai pragmatis dalam kehidupan sehari-hari, baik dari tingkat institusi maupun individu-individu. Ia kemudian merupakan kontestasi wacana terus menerus membawa khalayak kepada nilai-nilai yang harus dimenangkan.²³

Ketika arus informasi dibuka dengan lebar, maka televisi pun telah membentuk kebudayaan massa yang serba cepat. Meski ia mencerminkan roda kehidupan sehari-hari, namun kebudayaan massa yang dikelola dalam teknokapitalis tanpa etika itu melahirkan, perilaku konsumtif dan penuh kekerasan. Tanpa disadari pula, televisi yang merupakan bagian dari kebudayaan massa itu telah mematikan kebudayaan alternatif dan klasik. Teknokapitalis televisi dikonstruksi untuk memanfaatkan tiap detik waktu senggang dan produktif kehidupan masyarakat sehari-hari, maka televisi memberi bias besar kepada seluruh aspek kehidupan berbangsa.²⁴

Tanpa sadar terbangun argumentasi bahwa acara televisi pada dasarnya telah mereduksi relasi-relasi kekuasaan menjadi relasi-relasi komunikasi. Fungsi "politis" televisi seolah terpenuhi dengan sistem simbolik yang merupakan upaya sistematis untuk melegitimasi dominasinya berupa "definisi dunia sosial" yang menjadi program penayangan suatu acara. Proses terciptanya sistem simbolik untuk memaksakan suatu pandangan tentang "definisi dunia sosial" secara tanpa sadar dan spontan telah mengkonstruksi "konflik simbolik" kehidupan sehari-hari masing-masing *audience*. Misalnya, penampilan dan gaya bahasa, model pakaian, potongan rambut, selera makanan, serta habitus-habitus keseharian lain dari masing-masing agen yang menjadi *audience* akan lebih merujuk pada nilai-nilai yang disajikan televisi.²⁵

Dari sinilah televisi telah membentuk kebudayaan baru tentang pengetahuan, simbol, bahkan model-model interaksi antar-individu di belahan bumi ini. Perbedaan etnik, status sosial, pendidikan, agama, bahkan jenis-jenis pekerjaan – yang selama ini memberi andil terbangunnya gambaran pluralisme – kini menjadi buram dengan munculnya sajian acara

21. <http://www.scripp.ohiou.edu/news/cmd/artikel-ps.htm>

22. David Berlo, 1960, *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*, Holt, Rinehart and Winston, New York, hlm 10-21

23. Agus Maladi Irianto, 2008, *Kebudayaan Populer: Dari Televisi Hingga Cara Orang Menyikat Gigi*. Lengkongcilik Press, Semarang, hlm 51-57

24. Garin Nugroho, 2004, "Televisi Musuh di Ruang Keluarga" dalam *Kompas* (Rabu, 9 Juni)

25. Agus Maladi Irianto, 2008, *Kebudayaan Populer: Dari Televisi Hingga Cara Orang Menyikat Gigi*. Lengkongcilik Press, Semarang, hlm 83-95

televise. Munculnya sejumlah tindakan sosial masing-masing *audience* atas persepsi tentang "definisi dunia sosial" yang ditawarkan televisi tersebut pada merupakan sisi objektif munculnya struktur sosial baru yang tidak bisa kita elakkan.

Hasil penelitian Sparks (2003) misalnya, menyebutkan bahwa materi tayangan televisi lebih cenderung menghasilkan dampak negatif, mempromosikan cara berfikir, berperilaku, dan tindakan kekerasan *audience*-nya²⁶. Selain itu penggambaran kekerasan yang terus menerus dari televisi justru mengurangi rasa sensitif kita kepada kekerasan itu sendiri, karena membuat kita melakukan pemakluman-pemakluman.

Melihat nilai strategisnya media televisi semacam itu, maka idealnya seperti yang dianjurkan Glasser (1984), televisi bisa merefleksikan struktur realitas sosial, menawarkan kesempatan dan akses yang sama kepada kelompok minoritas, memposisikan sebagai forum kepentingan masyarakat atau komunitas yang berbeda-beda, atau bahkan menjadi wahana untuk mengembangkan idiologi multikulturalisme bagi *audience*-nya.²⁷

Jika melihat gambaran tersebut, maka meminjam argumentasi Bourdieu (1977) tindakan sosial setiap *audience* televisi dapat dilihat dari pemahaman praktik-praktik sebagai kegiatan refleksif dan reproduktif. Ia merupakan habitus yang bekerja baik antara relasi-relasi sosial yang objektif maupun interpretasi-interpretasi subjektif.²⁸ *Audience* televisi menggunakan habitus dalam merespons realitas sosial, yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial.

Akan tetapi – seperti telah disinggung pada pembahasan terdahulu –, tersajikannya acara televisi merupakan perbenturan dan tarik menarik antara aturan-aturan normatif dengan pragmatik, serta tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial²⁹. Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari satu situasi ke situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut akan bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Dan, proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu

sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara para pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku.³⁰

Dengan demikian, pada dasarnya tindakan sosial terjadi dari interaksi-interaksi kongkret yang melibatkan setiap pelaku untuk merespons dan menafsirkan aturan-aturan (*rules*) yang ada secara aktif, kreatif, bahkan manipulatif. Tindakan sosial para pelaku, di satu sisi bisa menciptakan sistem sosial, tetapi sisi lain juga melawan sistem sosial yang telah tercipta sebelumnya. Hal itu terjadi, karena sebagai subjek pelaku, manusia senantiasa berusaha untuk memanipulasi keteraturan normatif. Bahkan, manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya (Bailey dalam Saifuddin, 2005).³¹

Tak berbeda dengan pengaturan sajian acara televisi di Indonesia, saat ini eksistensi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai pemegang regulasi penyiaran ternyata tidak mampu mengatur tingkat kompetisi siaran stasiun televisi. Undang – undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002, yang idealnya menjadi rujukan untuk mengatur industri penyiaran televisi di Indonesia, justru lebih "terkalahkan" oleh TV rating. *TV rating* adalah pengukuran presentasi penonton televisi yang dilakukan oleh Nielsen Media Research (NMR) dengan menggunakan alat pemantau bernama *peoplemeter*. Dari alat tersebut akan diketahui tentang aktivitas manusia dalam kaitannya dengan tayangan acara televisi -- kapan waktu menonton, saluran televisi yang ditonton, dan siapa saja yang menonton. Ia juga merupakan bagian dari sistem pengetahuan dan sistem produksi yang memuat maksud dan keinginan si pengguna. Dalam keinginan si pengguna itulah, tersimpan relasi kekuasaan, baik antara situasi sosial dimana teknologi itu digunakan maupun kondisi pengguna di tempat lain yang kemudian tersituasikan. Katakanlah, ketika *peoplemeter* itu menghasilkan deretan angka-angka

26. Collin Sparks, 1987, *Communism, Capitalism and the Mass Media*, Sage Publication, London, hlm. 6

27. N. Glazer, 1996, *We Are All Multiculturalists Now*, Harvard University Press, Cambridge hlm. 7

28. P. Bourdieu, 1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, hlm. 2

29. Agus Maladi Irianto, 2008, *Kebudayaan Populer: Dari Televisi Hingga Cara Orang Menyikat Gigi*, Lengkongcilik Press, Semarang hlm 61-73

30. Erving Goffman, 1974, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Harper & Row Publishers, London, hlm 247-300

31. Saifuddin, Achmad Fedyani, 2004, *Antropologi Kontemporer. Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: Fenada Media, hlm 175-180

berupa *rating* penonton, maka sejumlah pengelola stasiun televisi pun mengembangkan strategi masing-masing terhadap tayangan acara yang mereka sajikan. Ibarat jarum jam, maka angka-angka yang ditunjuk *peoplemeter* mempunyai makna tentang tindakan yang harus dilakukan manusia.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberadaan KPI belum mampu menjadi "wasit yang berwibawa" dalam mengatasi persaingan sejumlah tayangan stasiun televisi yang ada di Indonesia. KPI dibentuk berdasarkan undang-undang untuk menangani sistem regulasi industri media penyiaran di Indonesia. Sebagai institusi negara yang dilindungi undang-undang (UU Penyiaran 32/ 2002), KPI mempunyai posisi yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan stasiun televisi. Bahkan, KPI juga mempunyai wewenang untuk memberi sanksi kepada stasiun televisi yang tidak mengindahkan aturan main. Sayangnya, dari gambaran di lapangan KPI ternyata tak bisa berbuat banyak ketika sejumlah stasiun televisi menyajikan program tayangan yang menyimpang dari Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Sebagai contoh, ketika KPI harus mengatur program tayangan *infotainment* yang ditayangkan sejumlah stasiun televisi swasta di Indonesia, ternyata tidak mampu mengatur sejumlah keinginan stasiun televisi swasta.

Hasil penelitian Irianto (2007) misalnya, menyebutkan bahwa KPI Pusat (KPIP) -- melalui siaran pers bernomor 35/K/KPI/SP/08/06 -- meminta kepada lembaga penyiaran agar secara serius dan segera membenahi isi program *infotainment*-nya, ternyata oleh sejumlah stasiun televisi swasta justru dilanggar.³² Beberapa hal khusus mengenai isi siaran program *infotainment* yang perlu diperhatikan menurut KPIP (seperti yang diungkapkan dalam siaran pers 35/K/KPI/SP/08/06) yaitu: *Pertama*, pemberitaan mengenai konflik dan hal-hal negatif dalam keluarga harus disajikan dengan cara tidak berlebihan dan senantiasa memperhatikan dampak yang mungkin ditimbulkan oleh pemberitaan tersebut. *Kedua*, program tayangan *infotainment* tidak mendorong penajaman konflik dalam keluarga tersebut. *Ketiga*, program *infotainment* tidak boleh menyiarkan informasi yang masih dapat dikategorikan sebagai gosip atau kabar burung. *Keempat*, program tayangan *infotainment* diwajibkan

menyajikan informasi yang akurat, berimbang dan objektif. *Kelima*, program *infotainment* mesti menghormati hak narasumber untuk tidak memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. *Keenam*, program tayangan *infotainment* harus juga menghormati *privacy* dan ruang pribadi artis atau tokoh yang diberitakan. *Ketujuh*, pembawa acara/presenter dalam program tayangan *infotainment* tidak diperbolehkan menggunakan pakaian yang menonjolkan aspek sensualitas. *Kedelapan*, pembawa acara/presenter tidak boleh secara sengaja atau tidak sengaja mengolok-olok penderitaan yang dialami oleh obyek yang diberitakan. *Kesembilan*, narator program tayangan *infotainment* tidak boleh mengeluarkan pernyataan yang mengarahkan opini penonton untuk mengambil kesimpulan tertentu secara tidak adil.

Berdasarkan hasil penelitian Irianto (2007) ternyata "aturan main" tersebut tak sepenuhnya dipatuhi oleh para produser maupun pengelola program tayangan *infotainment*.³³ Kendati isi siaran sebagian besar program tayangan *infotainment* yang ditayangkan stasiun televisi telah mengabaikan "aturan main", namun KPI tidak pernah memberi sanksi kepada para produser dan pengelola stasiun televisi. Alasannya, KPI memandang program *infotainment* sebagai bagian dari informasi yang lazim disajikan di berbagai negara. Selain itu, program tayangan *infotainment* juga merupakan perwujudan kreativitas yang dilindungi oleh prinsip kemerdekaan berekspresi. Otoritas yang melekat pada KPI, ternyata tidak bisa dianggap sebagai penentu "hidup-matinya" sebuah sajian acara televisi. Sebab, selain KPI masih ada teknologi pengaturan lain seperti *TV rating* yang kemudian dijadikan tolok ukur sejumlah pengelola stasiun televisi untuk menayangkan suatu sajian acara.

Bertolak dari gambaran tersebut pada dasarnya dapat dijelaskan sebagai berikut. *Pertama*, otoritas yang melekat pada KPI untuk mengawasi siaran media televisi (swasta) di Indonesia pada dasarnya menunjukkan standar yang mendua. Di satu sisi, KPI berpegang pada kaidah-kaidah yang sesuai dengan P3SPS, namun di sisi lain KPI juga beranggapan bahwa program tayangan stasiun televisi juga merupakan perwujudan kreativitas yang dilindungi oleh prinsip kemerdekaan berekspresi. Dengan

32. Agus Maladi Irianto, 2007, "Kontestasi Kekuasaan Sajian Acara Televisi, Studi Tentang Program Tayangan *Infotainment*" (disertasi) Univestas Indonesia, Jakarta. hlm 177-183

33. *Ibid*, hlm 180.

demikian dapat dikatakan bahwa atas nama kreativitas dan kemerdekaan berekspresi, program tayangan televisi berpeluang melanggar regulasi penyiaran yang dikeluarkan KPI.

Kedua, ketidakpatuhan pengelola stasiun televisi terhadap regulasi penyiaran KPI, karena pengawasan yang dijalankan KPI lebih cenderung dari sudut isi dan penyajian program tayangan televisi semata, tanpa melihat pentingnya mengatur relasi di antara para pelaku. Padahal, proses tersajikannya acara televisi tersebut justru lebih ditandai oleh kepentingan-kepentingan para pelaku yang kemudian mengkonstruksi isi dan penyajian acara tersebut. Stasiun televisi, mempunyai otoritas – baik ekonomi maupun politik – untuk menayangkan program acara televisi. Namun otoritas yang dimiliki stasiun tersebut tidak sepenuhnya bisa menentukan sajian acara tersebut. Sebab, ketika stasiun tersebut harus menayangkan sajian acara, ia justru harus melibatkan sejumlah pelaku yang lain, misalnya rumah produksi sebagai pemasok racikan dan pemasang iklan sebagai sponsor keuangan. Setelah mendapat pasokan racikan dari rumah produksi pun, stasiun televisi tidak bisa langsung bisa menayangkan sajian acara, karena ia juga harus mendapat dukungan sponsor dari pemasang iklan. Dukungan sponsor pemasang iklan pun tidak akan berjalan lama jika perolehan jumlah penonton sajian acara tersebut ternyata rendah. Untuk mengetahui tinggi rendahnya perolehan penonton, stasiun tersebut sangat tergantung kepada rekomendasi NMR berupa *TV rating*.

Simpulan

Tayangan televisi disadari atau tidak telah menawarkan keseragaman selera bahkan menciptakan “standarisasi” identitas. Idealnya media memberi pengakuan dan perlindungan terhadap keberagaman kebudayaan. Seperti telah disinggung pada pembahasan terdahulu, konsep multikultural merupakan konsep yang mengakui dan melindungi keragaman budaya serta menyetarakan derajat dari kebudayaan dan identitas yang berbeda-beda. Semangat multikultural yang berusaha untuk mengakui dan melindungi keragaman budaya pada dasarnya telah memberi kebebasan pada setiap budaya untuk bertahan dan berkembang. Semua budaya yang ada harus diberi kebebasan yang sama.

Pemberangusan informasi di era Orde Baru yang kemudian berubah menjadi determinasi ekonomi

sehingga membentuk persaingan dalam tayangan televisi, idealnya memberi peluang munculnya alternatif kebebasan ekspresi bagi *audience*-nya. Kesetaraan budaya sehingga menghasilkan sebuah identitas dan integrasi nasional di negeri yang konon sedang bersemangat menjalankan multikulturalisme memang masih gamang. Semangat multikultural seolah-olah justru lebih mengarah pada primordialisme dan standarisasi baru, yang justru berasal dari keberadaan media (terutama televisi). Keberadaan media – sejalan dengan semangat multikulturalisme – seharusnya menjadi perekat sejumlah identitas (kepentingan) yang terpecah. Namun harus diakui bahwa integrasi nasional yang selama ini dikonstruksi media (terutama televisi) justru menciptakan keseragaman selera yang justru tidak lagi relevan dengan kondisi dan semangat demokrasi global. Kondisi tersebut terjadi karena Undang-undang Penyiaran (UU Penyiaran 32/ 2002) yang tidak berfungsi dengan baik. Undang-undang Penyiaran tidak berfungsi dengan baik karena pemegang otoritas regulasi penyiaran berada dalam posisi yang lemah.

DAFTAR PUSTAKA

- Irianto, Maladi, Agus, 2007, “Kontestasi Kekuasaan Sajian Acara Televisi, Studi Tentang Program Tayangan *Infotainment*” (disertasi), Jakarta: Universitas Indonesia.
- Irianto, Maladi, Agus, 2008, *Kebudayaan Populer: Dari Televisi Hingga Cara Orang Menyikat Gigi*. Semarang: Lengkongcilik Press.
- Fay, B. 1996, *Contemporary Philosophy of Social Science: A Multicultural Approach*, Oxford: Blackwell.
- Parekh, Bikhu, 2001, *Rethinking Multiculturalism*, Cambridge: Harvard University Press.
- Barker, Chris, 1999, *Television, Globalization and Cultural Identities*, Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Littlejohn, Stephen W, 1994, *Theories of Human Communication*. Belmont: Communication Wadworth Publishing Company.
- Sparks, Collin, 1987, *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London: Sage Publication.
- Berlo, David 1960, *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*, Holt, New York: Rinehart and Winston,
- D. Jary dan J. Jary, 1990, '*Multiculturalism*'

- Dictionary of Sociology*, New York: Harper.
- McQuail, Dennis, 2000, *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Goffman, Erving, 1974, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience* London: Harper & Row Publishers.
- Guba, E.G., 1990, (Peny), *The Paradigm Dialog*. London: Sage.
- Nugroho, Garin, 2004, "Televisi Musuh di Ruang Keluarga" dalam *Kompas* (Rabu, 9 Juni).
- I.Reed, 1996, (Peny), *Multi America: Essays on Culture Wars and Peace*, Pinguin.
- Baudrillard, Jean, 1998, *The Consumer Society*. London: Sage Publication.
- Carey, James W, 1989, *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, London: Unwin Hyman Ltd.
- Fiske, John, 1987, *Television Culture*, London: Routledge.
- J. Rex, 1985, 'The Concept of Multicultural Society', *Occasional Paper in Ethnic Relations* No.3. Centre for Research in Ethnic Relations (CRER)
- K. Baterns, 1991, *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Fairclough, Norman, 1994, *Critical Discourse Analysis*. New York: Longman Group Limited.
- Glazer, N. 1996), *We Are All Multiculturalists Now*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bourdieu, P., 1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Berger, Peter, dan Luckman, Thomas, 1990, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan). Jakarta: LP3ES.
- Suparlan, P., 2001, 'Membangun Kembali "Indonesia yang Bhinneka Tunggal Ika": Menuju Masyarakat Multikultural', dalam Simposium Internasional Jurnal Antropologi Indonesia ke-3: Universitas Udayana, Denpasar, Bali, 16-19 Juli 2002.
- Smith, Philip, 2001, *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Hall, Stuart, 1978 "The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Times" dalam K. Thompson (ed.) *Media and Cultural Regulations*. London: Sage.
- Nieto, S., 1992, *Affirming Diversity: The Sociopolitical Context of Multicultural Education*. New York: Longman.
- Saverin, Werner J. & James W. Tankard (2005) *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Bennet, Tonny, 1982, "Media, Reality Signification" dalam Michel Gurevitch (ed), *Culture, Society and the Media*, Methuen.
- Yasraf Amir Piliang, (2004), *Posrealitas, Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Bandung: Jalasutra.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Multikulturalisme>
<http://bunga01.blogspot.com/2008/11/html>
<http://www.scripp.ohiou.edu/news/cmd/artikel-ps.htm>.